

# Pepsico aposta em marketing

Empresa está de olho no crescimento das regiões Nordeste e Norte para ampliar investimento no setor

**MICHELINE BATISTA**  
michelinebatista.pe@dabr.com.br

**O** que você acha que as famílias compram no supermercado quando sobra algum dinheiro no fim do mês? Se respondeu salgadinhos, biscoitos, doces e achocolatados, acertou. Com a melhora da renda na região Nordeste, os chamados produtos “supérfluos” estão cada vez mais recheando os carrinhos de compras. A PepsiCo do Brasil sabe bem disso. Tanto que está quadruplicando seus investimentos em marketing e publicidade no Norte/Nordeste e a expectativa é dobrar de tamanho nos próximos três anos.

Há cinco anos, a região Norte/Nordeste significava 5% dos negócios da PepsiCo no Brasil. Hoje, esse percentual já é de 20%, com taxas de crescimento acima da média nacional. Para se ter uma ideia, se as regiões Norte e Nordeste fossem um país, teriam a maior participação no faturamento da PepsiCo entre os países da América do Sul. E a previsão é de mais crescimento.

A multinacional já possui uma fábrica em Suape desde 2006, dedicada à produção de salgadinhos, além de uma unidade da Kero Co em Petrolina. Agora, está investindo US\$ 20 milhões (cerca de R\$ 33,4 milhões) numa nova unidade em Feira de Santana (BA), para fabricar achocolatados (Tody e Toddyinho).

A planta na Bahia, que será inaugurada neste semestre, irá gerar

200 empregos diretos e outros 200 indiretos. O investimento faz parte de um pacote de US\$ 300 milhões anunciado para o Brasil entre os anos de 2008 e 2012. Em Suape, são cerca de 140 funcionários e capacidade para mais de mil toneladas/dia de Cheetos e Fandagos. E haja salgadinhos.

“Há cerca de dois anos começamos a estudar o mercado do Norte/Nordeste e elegemos essa região como um dos pilares do desenvolvimento do Brasil. Colocamos equipes nas mais diversas áreas para trabalhar o Nordeste como se fosse um país específico e neste ano estamos fazendo um investimento quatro vezes maior em marketing e publicidade”, diz o gerente de Marketing para a Região Norte/Nordeste da PepsiCo Brasil, Weider Campos.

Como exemplo ele cita os investimentos em patrocínio de eventos musicais, publicidade em rádio e TV regionais, promoções e ações em pontos de vendas e barracas de praia nas cidades de Salvador, Recife e Fortaleza, nos meses de janeiro a março. Os aportes focam sobretudo as linhas de snacks. “Pela primeira vez, o salgadinho Doritos está aparecendo em comerciais de TV regionais e a marca Ruffles também está de volta, ambos com novos sabores para o verão”, completa Weider.

Entre os novos sabores estão o Ruffles Fresh Lemon e o Doritos Green Pepper, que prometem “ajudar a refrescar os dias e esquentar as noites” dos consumidores.

“

**Há cerca de dois anos começamos a estudar o mercado do Norte/Nordeste e elegemos essa região como um dos pilares do desenvolvimento do Brasil”**

**Weider Campos**, gerente de Marketing para o Norte/Nordeste da PepsiCo

PEPSICO/DIVULGAÇÃO



PepsiCo do Brasil já possui uma fábrica no Complexo Industrial de Suape desde 2006